ChinaXiv合作期刊

消解与重构：数字媒介时代青年亚文化的“去污名化”分析
——以二次元为例

王家豪　泽　玉　孙潇雄
（西藏民族大学 新闻传播学院，陕西 咸阳 712082）

摘要：【目的】数字媒介时代，青年亚文化表征发生了转向。以二次元亚文化为例，新媒体赋能下青年亚文化的新表征表现为“融向主流”“走向大众”。但在二次元诞生之时，社会上便出现了很多关于二次元的刻板印象，尤其是以主流话语群体的刻板偏见为主，从而导致二次元与其他文化群体的对立和冲突，各文化之间互相交流和融合的步伐亦受到阻碍，这引起了各界人士的广泛关注。【方法】文章结合二次元文化的文献研究，以及所搜集的相关案例数据分析，在分析数字媒介时代二次元的新呈现的基础上，重点对二次元的影视呈现、游戏呈现、仪式互动呈现进行深入剖析。【结果】结合二次元在数字媒介时代的新呈现，阐释出二次元“污名化”产生的原因，以期为今后二次元文化的“去污名化”提出参考思路。【结论】只要二次元继续与其他文化互相融合，不放弃对其他文化进行个性表达，努力破开次元壁，打破二次元和三次元之间的隔阂，就能想办法帮助部分社会大众重新搭建对于二次元的认知结构。在社会主流文化群体的开放包容中，最大程度地实现二次元文化的“去污名化”。

关键词：数字媒介；亚文化；二次元；刻板印象；消极思路　**中图分类号：**G223　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2023）04-078-05　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.04.016
本文著录格式：王家豪，泽玉，孙潇雄. 消解与重构：数字媒介时代青年亚文化的“去污名化”分析——以二次元为例 [J]. 中国传媒科技，2023（04）：78-82.

chinaXiv:202310.00123v1

近年来，依托数字新技术的普及，我国新型文化产业迅速发展，体现在文化传播形式的不断创新，文化呈现场景的不断拓展。游戏、动漫、线上演唱会、线上健身等新模式不断涌现，打破了时间、空间和场景的限制，丰富了人们的休闲娱乐生活，也促进了文化产业高质量发展。基于 CBNData 消费大数据，二次元成为近年来青年新型文化消费的重要选择。但由于二次元本身具有较为坚固且明显的文化边界，以及二次元相关作品普遍具有奇幻性、虚拟性、架空性等特征，使得很多二次元用户选择躲在这个被他们称为“次元壁”的文化边界内，除二次元以外的任何事和物——甚至“三次元”都隔离在次元壁以外。[1] 久而久之，由于沟通和解释的缺乏及应对措施的不完善，社会上对二次元的不认同感、疏离感、厌恶感和驱逐感愈演愈烈，导致社会上产生了很多对二次元文化和二次元文化群体的污名化。

习近平总书记曾说：“文化是一个国家、一个民族的灵魂，文化兴国运兴、文化强民族强。”二次元文化作为中国年轻人群体最多的文化之一，其对国家和民族的未来有着很大的影响，因为年轻人就是国家与民族的未来和希望，那么对年轻人影响深刻的二次元文化则更为重要。

1. 数字媒介时代二次元的新呈现

近年，随着“NFT”“元宇宙”等概念的兴起，视听内容创作加剧了对“二次元”图景的关注，并逐渐展开面向身份、体验和互动等方向的构建。[2] 技术变革为二次元提供了全新的呈现方式，由此二次元开始从小众走向大众，从亚文化向主流文化靠拢，成为

基金项目：本文系 2022 年度西藏民族大学西藏文化传承发展协同创新中心项目“新发展阶段讲好西藏故事、提升对外传播能力研究”研究成果（项目编号：XT-ZB202204）。

chinaXiv:202310.00123v1

新世代年轻人对主流文化的个性表达方式。

1.1 影视呈现

二次元文化是数字媒介时代流行的网络亚文化，在其呈现中往往会用一些技术手法来建构人物形象与视觉环境，满足受众的审美需要。在二次元文化的场域空间中，通过视觉文化的生产对传统文化的文字性表述进行创造性转化，不仅可实现文字原有的表达意蕴，还可对其进行相应的补充和改写。这为传统文化的文字叙述注入新的生机和活力，使传统文化不再仅仅存在于人们的想象空间中，还能在视觉符号所建构的虚拟空间中呈现。[3]

二次元作品在出版行业、传统大众媒体，乃至融媒体内容生产主导的互联网生态，都存在着广泛地传播。随着二次元文化本土化、中国网络青年群体对二次元风格的喜爱，二次元 IP 的文本价值和经济价值逐步显现。其中，国漫是 IP 化的“领头羊”。自从国家出台各类传承发展中华优秀传统文化的政策以来，二次元文化群体对中国优秀传统文化发自内心的认同情感为二次元与传统文化的结合注入了强大的动力。例如近几年比较火的《西游记之大圣归来》《大鱼海棠》《白蛇：缘起》《哪吒之魔童降世》《姜子牙》等以中国传统经典名著、民间故事、王朝历史、神话故事等传统文化为主导创作的属于中国的经典动漫 IP 就受到了大众的欢迎，传统文化中的故事和角色在经过二次元的加工修饰后展现出了新的价值和意义。

不同属性的媒介按照各自的内容表达与呈现风格进行跨媒介叙事，对作品中传统文化的内容呈现进行不同程度的延伸和拓展。它们丰富了元叙事文本，形成多元、跨屏、联动、立体的传播格局，从而变成多元媒介超文本互动的融合叙事。[4]

1.2 游戏呈现

伴随着二次元国产 IP 电影的崛起，二次元用户开始不断增加。2016 年二次元游戏《阴阳师》挤入游戏市场，用户规模和市场份额的不断扩大，验证了二次元文化的游戏呈现具有可行性，由此二次元文化与游戏的结合也成了未来二次元文化呈现的新浪潮。[5] 二次元文化本质上是玩家对现实世界的逃离，网络游戏本质上是休闲和娱乐，两者的结合促进了二次元网络游戏向虚拟世界建造的方向发展，网络游戏也在休闲娱乐的基础上具备了虚拟空间的建造能力。

国内二次元网络游戏可以分为 4 个维度：国内原创、国产动漫 IP 改编、国外原创、国外动漫 IP 改编，其发展呈现出不同的特点，其中国产原创游戏的创作自由度高，朝着厂商的成熟化、产品的创新化和类型的多元化的方向发展；国产动漫 IP 改编作品在国内有一定的用户基础，依托国产动漫的精品化发展，游戏的影响力不断扩大；国外原创作品在国内二次元用户中拥有一定的知名度，但由于地域、文化等因素，其发展易被限制在特定的群体中，两极化趋势明显；国外动漫 IP 作品因玩家对其的喜爱度和 IP 的知名度拥有生命力，但其生命周期较短。

在二次元的蓬勃发展下，二次元用户对游戏的质量和水平提出了更高的要求，二次元用户的独特性也在促进着二次元网络游戏朝着高沉浸感的方向发展。二次元网络游戏的用户群体区别于普通的网络游戏玩家，首先，二次元网络游戏的用户黏性高，二次元作为虚拟世界的精神寄托，玩家能将情感寄托于其中，随着用户黏度逐步提高，可以将游戏升华为具有长期价值的 IP。其次，二次元用户接受能力较强，对一些新潮的文化与概念接受很快，同时对二次化的接受力也较强，也更加注重网络游戏的品质。在二次元世界的可及化过程中，VR 技术和 AR 技术发挥极大的作用，可以使二次元与受众实现相互交互，进入一起冒险游玩的状态。[6] 再次，二次元用户的付费意向强，不仅对游戏的付费意愿强，而且对二次元周边作品也拥有极高的付费意愿，比如带有二次元元素的盲盒，玩家拥有极高的忠诚度。最后，二次元网络游戏的创造不受限制，游戏厂商可以创造出天马行空的二次元世界，玩家也可以进行二次创造。例如 b 站中用户根据《原神》的剧情创造出连续剧，非常契合二次元受众的观看喜好。二次元游戏玩家拥有更高的用户黏性、更强的付费意愿、更高的游戏忠诚度，在一定程度上增强二次元网络游戏的沉浸度。

1.3 仪式互动呈现

近年，在二次元逐渐“破圈”的过程中，二次元符号也开始出现在大型节日庆典的视野中。b 站跨年晚会便是由一系列传播符号及其意义建构组成的仪式。融合二次元与主流文化的符号要素不仅指示事实对象，而且通过表征的实践和符号运作进一步意指其所隐喻的意义内涵。二次元文化和主流文化的视觉和听觉符号聚集和组合，串联成有机的表征系统，“用以界定和表现特殊的时刻、事件或变化所包含的社会与文化

chinaXiv:202310.00123v1

意味”。[7]

在由符号编织的文化仪式中，形塑、强化对二次元文化和主流文化的价值认同。在一个大型仪式中，主持人往往会被视为形象的代言人和符号表征，主持人浓厚的符号色彩注入仪式中，也会传达仪式的意义和价值。2020 年和 2021 年跨年晚会是央视新闻与 b 站合办的两届跨年晚会，央视主持人朱广权和撒贝宁分别作为晚会的主持人，以幽默风趣的解说风格，建构了轻松愉快的仪式氛围。以象征着主流文化的身份，与二次元文化的结合，使观众对主流文化的认同加深，b 站跨年晚会的仪式权威性、庄严性得到彰显。

在二次元仪式化场景——b 站跨年晚会中，对主流话语的传播主要通过邀请官方话语代言人演唱主流文化歌曲的方式来表达，如 b 站 2020 年跨年晚会邀请了张光北老师和军星爱乐合唱团的退伍老兵们演唱《钢铁洪流进行曲》和《中国军魂》，b 站 2021 跨年晚会邀请了韩红和清华大学学生国旗仪仗队演唱《祖国不会忘记》。当这些红色歌曲响起时，弹幕的颜色大部分都变成了红色，“中国红”“此生无悔入华夏，来世还做中国人”等弹幕迅速占据屏幕。人民网也盛赞 b 站跨年晚会“给人们提供了关于代际关系与文化融合的新鲜素材”[8]，这正是主流文化媒体对在二次元仪式化场景中传播主流话语措施的认可。

在仪式观视角下，受众被传播内容所营造的共同的身份聚合在一起，产生强烈的认同感，其中参与和互动是认同感得以形成的关键，因为文化在流动中产生，个体、集体与群体在互动中产生丰富的意涵，进而实现社会整合。二次元参与互动的社区氛围很大程度上依赖其独具特色的弹幕系统。由于用户可以在特定时间点针对视频内容表达自身认知态度、褒贬评价的主观情绪，其余用户可以在相同时间点实时看到评论性文字，因此弹幕可以使用户超越时空局限进行仪式性互动，产生实时交流之感，这种身临其境的介入性和共时性关系形成了具有共享性与参与性的互动部落式族群氛围，用户在意象空间中相互连接并相互确认，与其他用户产生情感共鸣。

类似于 b 站跨年晚会的二次元仪式完成了互联网参与式文化向主流文化的跨媒体叙事，仪式不再仅仅是一种圈层群体的狂欢，更是“观众自发增加热度，官媒助力打造口碑”的传播，参与者在个体、集体与群众的持续互动中增强对主流文化的情感认同，也在脑海建构起了二次元文化与主流文化同频共振的认知，观众逐渐在虚拟仪式之中形成稳定长期的信仰。[9]

2. 二次元的“污名化”

李普曼认为，刻板印象是指人们对特定事物所持的固定化、简单化的观念和印象，这种观念或印象通常伴随着对该事物的价值评价和好恶的感情。二次元的刻板印象就是大众和社会主流文化群体对二次元文化和二次元文化群体的观念印象、价值评价和感情表达。这些刻板印象不仅阻挠了二次元文化向主流文化的发展，更是产生了对二次元文化群体的群体歧视和文化偏见。

2.1 二次元文化群体竖起了一道墙壁

二次元文化作为一种文化舶来品，其根源御宅文化本身便具有封闭性的特点，二次元文化继承了这一特点，并在中国本土化的过程中逐渐形成了文化边界，二次元文化群体将其称为“次元壁”。他们通过次元壁将一切不属于二次元的内容全部隔绝在壁外，并给这些内容取名为“三次元”，由此实现了对二次元的封闭自足，以及去政治化和去主流化。除此之外，部分二次元用户将二次元与三次元置于互相对立的立场，他们对二次元产生了一种盲目且不合理的优越感，即认为高贵地充满了幻想和美好的二次元才不屑于与现实且无趣的三次元同流合污，现实世界哪有理想的容身之地，只有二次元才是梦想的寄居之所等一系列其他人觉得很中二很不可理喻的想法，但他们却是认真的。更有甚者认为二次元世界才是真实的世界，三次元不过是困住无辜灵魂的腐朽肉体等更多旁人听起来啼笑皆非的说法。

由此可见，次元壁是二次元爱好者通过心理层面的想象建构起来的，他可以算是对代际鸿沟和世俗权威的一种消极抵抗。[10] 部分二次元用户就是通过这样一种美好的想象将自己及二次元文化与现实隔绝开来，做到了既不与现实世界沟通，也不与社会大众交流的地步。而且在数字媒介时代，“信息茧房”效应更加强了群体极化的程度。算法推荐为用户提供相同爱好的视频内容，让这类用户在“信息茧房”中强化了自我群体间观点的认同，排斥持有不同观点的用户，久而久之，次元壁越发坚固，两个群体之间的对立也更加凸显。[11] 二次元用户通过其逃避世俗压力的同时，也使得二次元文化群体的边缘化风险越来越大，圈地自萌的用户们自己困住了自己，最终导致文化沟通的

chinaXiv:202310.00123v1

桥梁日渐破碎，社会对二次元的理解也就出现了偏差，刻板印象也随之出现。

2.2 主流文化群体的保守和偏见

中国的二次元文化群体主要由90后和00后组成，他们绝大多数人都是伴随着互联网成长起来的“网络原住民”，而他们的父辈则多是在成年乃至中年之后才开始逐步接触和适应快速发展的互联网环境，属于“网络移民”，那么中国的二次元文化群体势必会与其父辈存在代际鸿沟和网络鸿沟。

代际鸿沟主要表现在喜爱二次元的90后和00后们从小就承受着拥有强势话语权的长辈们的语言压力。比如看动漫会被说是“都多大了，还看那些小孩子才看的东西”，玩游戏会被认为“玩物丧志，不好好学习”，玩Cosplay会被误以为“奇装异服，行为怪异，伤风败俗”等。这些代际鸿沟导致尚未成长起来的二次元用户是被束缚、被要求、被抑制、被教育和被规训的客体，他们面临着来自代表社会主流文化群体的长辈习俗权威和师长制度权力的压力，个人表达权利受限，次元壁也因之而生。

网络鸿沟主要表现为作为“网络原住民”的二次元文化群体的社交方式与作为“网络移民”的长辈们基于传统血缘和传统地缘等情感和人情为纽带连接的传统社交方式不同，二次元文化群体的社交是基于群体共同的爱好和兴趣，并为其投入大量的情感和精力的“趣缘社交”。比如二次元文化群体会基于对某类二次元作品或二次元角色的喜爱来创建群聊，让大家因共同的爱好而聚集在一起，忽略现实的因素，通过网络尽情交流，畅所欲言，并由此结成二次元下的一个子群体。还有漫展的存在则是将趣缘社交延伸到了现实，大家通过在漫展上扮演喜爱的二次元角色来进行幻想与现实之间的互动，不断增加彼此之间的认同，增进群体归属感等。但趣缘社交的方式会将非二次元文化群体的人们排除在外，这就会进一步激化二次元与三次元之间的矛盾。

一般来说，一种新兴文化的崛起，足以代表它正在受到更多的关注和喜爱，但是二次元文化群体却没有随着二次元文化的崛起而崛起，反而陷入更多的偏见和成见当中。究其原因，除了二次元文化群体自身的隔离外，社会主流文化群体将其看成主流文化的对立面这一点也并不合适。真正的二次元用户是具有独立思维和行动能力，且能够较好地承担起社会责任的人，但大众对二次元文化的认知不够充分也不够深入，从而导致一些刻板印象。

3. 二次元的“去污名化”

李普曼认为，避免刻板印象的对策是“以新鲜的视角、从细节上看一切事情，杜绝将所有问题一般化、模式化”。[12]

关于如何消解二次元的刻板印象问题，不仅二次元文化群体自身要学会“破壁”，社会也要重新建构对二次元的认知，同时相关部门和平台方以及二次元作品的制作方也要承担起各自的责任。

3.1 破壁——二次元文化群体需改变自身

虽然常说艺术来源于生活而高于生活，但不管艺术和作品再怎么高于生活，也无法改变它的根源来自于现实，这就要求二次元文化群体不要过度沉迷于美妙的虚拟世界中，也不要对现实世界即二次元群体口中的三次元产生对抗心理，将自己关在次元壁内。因为不管二次元文化用户再怎么强调自己与现实无关，也无法改变其自身存在于现实中的事实。那么与其麻醉自己，不如破开次元壁，主动大方地拥抱三次元，使二次元与三次元结合。在这一点上，作为国内最大的二次元文化平台b站作出了表率。

首先，自古以来，不管是哪种类型的文化，要想进步，就不能固步自封，二次元用户要是不想让社会和大众对自己这个群体再抱有负面的刻板印象，就不要把自己和现实世界隔离开来，要去接触现实，将二次元文化与三次元文化结合起来，展现出新的色彩。其次，喜爱二次元文化的未成年人也要自觉抵制其中的糟粕内容，要合理安排好自己的时间，劳逸结合。最后，已经成年的二次元用户要承担起相应的社会责任，不要玩物丧志，也不要成为“啃老族”和“社会渣滓”，要分清现实与虚拟。

只有二次元文化群体主动破壁，才能更加有效地带来二次元文化与社会其他文化的交流与融合，并以此改变人们对二次元的刻板印象。

3.2 重构——社会主流文化群体需开放和包容

除二次元群体自身需要破壁和做出改变外，社会主流文化群体也要以开放和包容的心态重新搭建新的认知结构，突破以往的刻板印象。

为了破除这种刻板印象，社会主流文化要积极与二次元文化互通有无，官方要有意识地使用二次元文化资源来对其宣传话语进行适合在二次元文化场域中传播

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202310.00123v1

的改造。主流媒体自从在 b 站创号以来，就会使用符合二次元文化的话语来宣传各类新闻事件，例如，新华社的“外交天团”上新了！外交部新任发言人汪文斌亮相蓝厅，其中“外交天团”就是 b 站网友们对外交部发言人们的爱称。央视新闻与 b 站合办两届跨年晚会，央视主持人朱广权和撒贝宁分别主持了 2020 年和 2021 年两次跨年晚会，破除了次元壁，实现了二次元与三次元的融合交流。像以上这种利用二次元话语来进行主流话语实践的例子已经开始逐渐成为常态，只要不断通过二次元文化来表达主流思想的观点和内容，凿开次元壁，就能逐渐破除社会大众对二次元的刻板印象。

除此之外，社会主流文化群体的长辈们应该尝试去理解后辈们喜爱的二次元文化，多与他们沟通交流，让孩子们能够有自由表达自我的空间，不求完全理解二次元文化，但起码要对孩子喜爱的二次元文化有尊重、开放和包容。长此以往，社会主流文化群体对二次元文化的认知得以重构，开放和包容的心态成为主流，那么抹黑性和妖魔化的二次元刻板印象也会逐渐得到斧正。

结语

数字媒介时代的到来打破了亚文化的传统呈现，随着当下社会大众的压力日益增加，人们开始更加追求一种戏剧模式的延伸，来缓解日常生活中的无力与困倦。在元宇宙的态势下，二次元的发展也势必会诞生新的活力。综上所述，如何做到二次元的“去污名化”也不是一朝一夕就能达成的事情，但只要二次元继续与其他文化互相融合，不放弃对其他文化进行个性表达，努力破开次元壁，打破二次元和三次元之间的隔阂，就能想办法帮助部分社会大众重新搭建对二次元的认知结构。并且社会主流文化群体也要以开放和包容的心态去主动了解二次元，不要武断地蔑视和抹黑二次元，避免将二次元妖魔化和异常化。二次元文化的平台发布方应注重保护未成年人的精神世界，组建审查团队，提高内容审核标准和监管力度，完善举报机制，加强对 UP 主的管理。二次元文化产品的制作方一定要坚守社会责任和法律底线，多多产出大众认可的优秀作品，而不是被利益所惑去制作有害于社会和谐稳定的东西。只要各方主体能做到以上几点，就能在最大程度上消解关于二次元的“污名化”问题。

参考文献

[1] 朱迪，张俊哲 . 二次元与虚拟文化：Z 世代新型文化消费的新特点与新挑战 [J]. 中国青年社会科学，2022（5）：13-21.

[2] 郭子淳，焦阳 .UGAC：“二次元”视听内容生产模式创新研究 [J]. 中国电视，2022（9）：72-78.

[3] 谷学强 . 破壁与融合：二次元场域空间下传统文化的生产与重构 [J]. 学习与实践，2019（4）：118-124.

[4] 郭明明 . 中国二次元电影研究 [D]. 济南：山东师范大学，2021.

[5] 朱亚茹 . 网络游戏的二次元文化风格建构研究——基于《原神》和《王者荣耀》的案例分析 [D]. 开封：河南大学，2022.

[6] 施锋，周合强 .5G 时代背景下动画电影行业发展趋势分析 [J]. 中国传媒科技，2022（2）：31-33.

[7] 邵培仁，范红霞 . 传播仪式与中国文化认同的重塑 [J]. 当代传播，2010（3）：15-18.

[8] 人民网 .B 站跨年晚会：代际关系与文化融合的新鲜素材 [EB/OL].http：//yuqing.people.com.cn/n1/2020/0114/c209043-31547662.html.2020-01-14/2023-02-03.

[9] 刘美忆 .Z 世代媒介使用的自我表达与群体认同——以 B 站为例 [J]. 青年记者，2021（17）：57-58.

[10] 刁金星 . 破壁与融合：二次元文化中的主流话语实践 [D]. 北京：中国社会科学院研究生院，2020.

[11] 李云蔚，李毓欣，梁译丹，程柯妮，蔡思翔 . 选择性暴露：算法推荐背景下信息茧房的社会效果研究——以综合性互动视频社区 bilibili 为例 [J]. 中国传媒科技，2022（9）：21-24+28.

[12][美] 沃尔特·李普曼 . 公众舆论 [M]. 阎克文，江红译，上海：上海世纪出版集团，2006.

作者简介：王家豪（1998-），男，河南洛阳，硕士在读，研究方向为西藏对外传播；泽玉（1973-），女，西藏林芝，文学博士，西藏民族大学教授，研究方向为传播与西藏社会发展、新闻实务；孙潇雄（1998-），男，陕西渭南，文学学士，研究方向为广播电视学。

（责任编辑：张晓婧）